



Företagsfrämjande under utgiftsområde 24

Dnr: 2021/48

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser

Studentplan 3, 831 40 Östersund

Telefon: 010 447 44 00

E-post: info@tillvaxtanalys.se

www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Pontus Mattsson eller Sara Nordin

Telefon: +46 10 447 44 00

E-post: pontus.mattsson@tillvaxtanalys.se eller sara.nordin@tillvaxtanalys.se

Förord

Tillväxtanalys har regeringens uppdrag att analysera och utvärdera statens insatser för att stärka Sveriges tillväxt och näringslivsutveckling. Syftet med den kunskap som vi utvecklar är att den ska användas för att effektivisera, ompröva och utveckla politiken. Vi utvecklar även analys- och utvärderingsmetoder.

Att få en överblick av de företagsfrämjande insatserna är viktigt av många orsaker. För det första är det viktigt för beslutsfattare och främjande aktörer för att kunna utforma nya program som kompletterar befintliga. För det andra är det viktigt med en överblick när utvärdering av insatser ska göras och för det tredje är det viktigt för företag och andra potentiella mottagare att känna till utbudet.

Den här rapporten baseras på regeringsuppdraget "Uppdrag att kartlägga företagsfrämjande insatser" som Tillväxtanalys fick i slutet av mars 2021. Efter samtal med Regeringskansliet har Tillväxtanalys, på grund av uppdragets komplexitet, modifierat det ursprungliga uppdraget något.

Studien är genomförd av Pontus Mattsson (projektledare), Sara Nordin (projektledare), Henrik Hermansson, Marcus Jernström och Chizheng Miao.

Ett varmt tack till de aktörer som medverkade i vårt metodtest och våra intervjuer, som har bidragit med värdefulla inspel till arbetet.

Östersund september 2021

Sverker Härd, gd, Tillväxtanalys

Innehållsförteckning

Förord	2
Sammanfattning	5
1. Inledning.....	8
1.1 Bakgrund.....	8
1.2 Modifiering av uppdraget och avgränsningar.....	9
1.3 Syfte	9
1.4 Disposition	9
2. Tillvägagångssätt.....	10
2.1 Matrisutveckling	10
2.2 Intervjuer	12
2.2.1 Urval av respondenter	12
2.2.2 Intervjuerna	13
2.3 Reliabilitet och validitet	13
3. Aktörernas uppfattning om kartläggningen	14
3.1 Begrepp, definitioner och avgränsningar	14
3.1.1 Genomgående svårigheter att definiera företagsfrämjande	14
3.2 Rapporteringsnivå	15
3.2.1 Detaljeringsgrad	15
3.2.2 Löpande verksamhet, program eller annat?	16
3.3 Kostar det mer än det smakar?.....	16
3.4 Program- och verksamhetsmål	17
3.5 Övriga synpunkter på matrisen	18
3.5.1 Tidsperiod.....	18
3.5.2 Budget anses ofta svårt att fylla i.....	18
3.5.3 Antal insatser inom programmet	19
4. Diskussion utifrån aktörernas inspel	19
4.1 Primära och sekundära mål.....	19
4.2 Direkt vs. indirekt företagsfrämjande	20
4.3 Matrisens övriga delar.....	22
4.3.1 Analysnivå.....	22
4.3.2 Tidsperiod.....	22
4.3.3 Budget	22
4.3.4 Antal insatser	22

4.4	Alternativa tillvägagångssätt.....	23
4.5	Potentiella vägar framåt... ..	23
5.	Slutsatser.....	24
5.1	Främjandesystemets komplexitet	24
5.2	Justerad matris behöver vidareutveckling	25
5.3	Workshops som ett nästa steg	25
	Referenser	27
	Bilaga 1	28
	Ursprungligt uppdrag	28
	Bilaga 2	29
	Bilaga 3	31

Sammanfattning

När det gäller en kartläggning av företagsfrämjande arbete, konstaterar Tillväxtanalys att det krävs ett mer långsiktigt arbete för att skapa en större samsyn kring definitioner och begrepp. Det behövs också ett mer utvecklat internt arbete hos berörda organisationer för att kunna leverera efterfrågad information. Detta ser vi som nödvändigt för att nå det komplexa målet att få en översiktlig bild av det svenska företagsfrämjande arbetet, oavsett utgiftsområde. Det krävs, enligt vår uppfattning, en längre kollektiv process för att skapa en ökad samsyn kring definitioner och rapporteringsnivåer samt för att säkra informationstillgången. Därefter följer utmaningen hur kartläggningen kan automatiseras och utvecklas på ett sätt som gör att arbetsbelastningen för berörda organisationer inte är större än nyttan med den nya information som erhålls.

Regeringsuppdraget

Tillväxtanalys har av Näringsdepartementet fått i uppdrag att kartlägga det företagsfrämjande arbetet inom Utgiftsområde 24 Näringsliv (UO 24), för åren 2018 och 2019. Uppdelning av främjandet skulle ske i primärt och sekundärt företagsfrämjande samt direkt och indirekt. Uppdraget att kartlägga företagsfrämjande insatser låter vid en första anblick kanske inte så komplicerat. Men den mer insatta vet att det svenska, offentliga företagsfrämjande systemet både beskrivs som komplext och svåröverblickbart. Det företagsfrämjande arbetet är också väldigt brett. Så brett att vi idag saknar en god överblick och en vedertagen definition av vad det innefattar. Det gör också uppdraget mycket komplext.

Efter samtal med uppdragivaren har Tillväxtanalys modifierat uppdraget för att i ett första skede ta fram en metod för kartläggning och sedan testa den på ett urval av berörda organisationer med medel från utgiftsområdet.

Syfte och frågeställningar

Syftet med uppdraget i sin nuvarande form är att: 1) utforma en kartläggningsmetod med vilken företagsfrämjande kan kategoriseras, 2) testa funktionaliteten i den och 3) diskutera hur en kartläggning baserat på den föreslagna metoden på bästa sätt kan resultera i en definition av företagsfrämjande.

Det övergripande målet är att bidra till kartläggningen av det företagsfrämjande arbetet inom UO 24 för att bidra till en bättre överblick samt en mer vedertagen definition och bild av vad arbetet innefattar.

Våra centrala frågeställningar delas upp i två kategorier: 1) frågor om företagsfrämjande och 2) frågor om vår metod.

- 1) Hur kan organisationernas företagsfrämjande arbete beskrivas eller kategoriseras? Vilket är det direkta respektive indirekta företagsfrämjande arbetet? Vilka är de primära respektive sekundära målen med det företagsfrämjande arbetet?
- 2) Finns det problem och begränsningar med den utvecklade metoden? Finns det andra (eventuellt bättre) sätt att fånga upp organisationernas företagsfrämjande arbete inom utgiftsområdet? Vilka resurser krävs för ett sådant arbete och är det kostnadseffektivt?

Metodutveckling och metodtest

Trots beskrivna utmaningar har vi utvecklat en metod som testats på ett urval av de aktuella organisationerna. Metodutvecklingen bestod av att ta fram en matris i Excel med ett antal kolumner som fylldes i av pilotaktörerna, följt av samtal kring den i intervjuform. Semi-strukturerade intervjuer genomfördes med totalt tio personer. Utifrån dessa kunde vi göra fyra huvudsakliga konstateranden, som listas nedan.

Möjlighet till automatiserad metod saknas

En framtida, årlig kartläggning av företagsfrämjande (direkt och indirekt såväl som primärt och sekundärt) hos organisationer med medel från utgiftsområdet, förutsätter att efterfrågad information ska kunna samlas in på ett enkelt sätt, det vill säga helst automatiserat. Idag har vi en lång väg dit. Oavsett metod, gör nuvarande interna strukturer hos de berörda organisationerna att det krävs individuell handpåläggning för att få fram den efterfrågade informationen. Det skapar i sin tur en stor arbetsbelastning och risk för feltolkningar.

Kostar det mer än det smakar?

En viktig initial fråga är om uppdraget över huvud taget är möjligt att genomföra på ett metodmässigt kvalitetssäkrat sätt. Och om så är fallet - kostar det mer än det smakar? Här behövs en bedömning om den arbetsinsats som krävs är större än potentiell vinst, det vill säga den nya information och kunskap som är möjlig att få fram och kvaliteten på den. Vår slutsats är att det krävs en väl utvecklad metod för att öka möjligheten att lyckas med en sådan kartläggning som regeringsuppdraget efterfrågar.

En längre kollektiv arbetsprocess krävs

Den information som efterfrågas behöver tillgängliggöras i organisationernas interna system, för att i ett senare skede automatiskt kunna samlas in. Därför är en kartläggning inte något som i dagsläget kan genomföras snabbt. Det kräver en process där berörda aktörer arbetar tillsammans i flera steg för att skapa en samsyn kring definitioner, informationstillgång och rapporteringsnivåer. Vi bedömer det inte som möjligt för en extern aktör att kartlägga organisationernas företagsfrämjande, utan den kunskapen och insikten besitter de bäst själva. Detta då arbetet kräver en djupare kunskap om organisationens verksamhet och kontext.

Samsyn saknas

Det är fullt möjligt att dela in företagsfrämjande i direkt och indirekt främjande, men precis som med begreppet företagsfrämjande som helhet saknas vedertagna definitioner. Olika organisationer och individer definierar det på olika sätt och vi kan konstatera att de definitioner som återfinns i regeringsuppdraget inte överensstämmer med den bild vi får genom samtalen. Detta baseras också endast på de utvalda respondenternas syn och kan i realiteten innefatta ännu större skillnader för andra organisationer inom UO 24. Avgränsningen avseende utgiftsområden förefaller inte heller funktionell för berörda organisationer. Skälet är att flera respondenter antingen inte tänker i dessa termer eller inte känner till var pengarna specifikt kommer ifrån.

Vägar framåt

Baserat på beskriven komplexitet i det företagsfrämjande systemet är det i detta skede inte möjligt att leverera en allmänt accepterad definition av företagsfrämjande. Istället bedömer vi att matrisens lämplighet och alternativa metoder för insamling av efterfrågad information kan diskuteras vidare genom koordinerade workshops med berörda organisationer. Denna process är omfattande. En potentiell övergångslösning är att organisationerna får kategorisera indirekt och direkt företagsfrämjande i årsredovisning. Det är också möjligt att genomföra en omvärldsanalys för att studera hur andra länder med liknande utmaningar har hanterat detta.

Sammantaget konstaterar vi att mer arbete krävs för att för det första nå en större samsyn och för det andra komma vidare mot det viktiga men komplexa målet att få en översiktlig bild av det svenska företagsfrämjande arbetet.

1. Inledning

Syftet med detta avsnitt är att introducera läsaren till rapporten. En kort bakgrund, följs av syfte, avgränsningar och disposition.

1.1 Bakgrund

Sverige har en lång historia av offentliga företagsfrämjande insatser.¹ Det har resulterat i ett komplext främjandesystem med en stor rad involverade aktörer. Mångfalden av insatser är också bred. Så bred att det idag till stor del saknas en gemensam, vedertagen bild och överblick av vad företagsfrämjande insatser innefattar.

Tillväxtanalys har av Näringsdepartementet fått i uppdrag att försöka ta fram en metod för att kartlägga det företagsfrämjande arbetet inom Utgiftsområde 24 Näringsliv (UO 24), för åren 2018 och 2019.² Uppdraget syftar till att skapa en större tydlighet kring vad offentligt finansierat företagsfrämjande innehåller. När metoden sedan appliceras och kartläggningen genomförs ska resultaten bidra till en definition, eller de yttre ramarna, av det företagsfrämjande arbetet inom utgiftsområdet.

UO24 finansierar företagsfrämjande verksamhet inom ett antal organisationer som myndigheter, stiftelser och statligt ägda bolag (hädanefter refereras de till som organisationer). Utgiftsområdet omfattar näringspolitik, utrikeshandel samt export- och investeringsfrämjande. Målen för utgiftsområdet innefattar, men är inte begränsade till, att stärka den svenska konkurrenskraften, skapa förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag samt olika mål för en förbättrad handel.

Olika aktörer definierar och avgränsar företagsfrämjande arbete på olika sätt. Som exempel beskriver Tillväxtverket i en av sina rapporter inom området företagsfrämjande som *”olika typer av tjänster och former av finansiering som är helt eller delvis offentligt finansierade”* (Tillväxtverket, 2015b, s. 7). Utöver det sätts företagsfrämjande i ett bredare sammanhang i Tillväxtverket (2015a), baserat på en definition i Tillväxtanalys (2011), genom att konstatera att det spänner över många policyområden och kan, exempelvis, inkludera allt från hantering av välfärdsuppdraget till tolkning av diverse regelverk.

Utöver skillnader i definition finns många utredningar som pekar på hur svåröverskådligt främjandesystemet är. Tillväxtverket (2015b, s. 24–25) skriver exempelvis att: *”komplexiteten och mängden aktörer som verkar i systemet bidrar till att samordning, styrning och kunskapsutveckling riskerar att försvåras. Det kan också vara en utmaning för den enskilde företagaren att ’hitta rätt’ i systemet vilket är ett tecken på systemets ineffektivitet.”* Likaså påpekar Riksrevisionen (2007) att systemet är komplext då insatser ofta finansieras av olika utgiftsområdena med liknande mål, men med skilda förutsättningar. Liknande slutsatser har också konstaterats i tidigare försök till kartläggningar (Tillväxtanalys, 2013; Tillväxtanalys, 2015; OECD, 2016).

¹ För en historisk överblick se t.ex. (Tillväxtverket, 2015a).

² *”Tillväxtanalys ska kartlägga vilka insatser inom utgiftsområde 24 Näringsliv för åren 2018 och 2019 som är företagsfrämjande. Insatserna ska delas in i primärt och sekundärt företagsfrämjande. [...] Insatserna kan klassificeras på följande sätt: Direkta stöd till företag, [...] (och) indirekta stöd till företag”.* Det ursprungliga uppdraget finns i sin helhet i bilaga 1.

1.2 Modifiering av uppdraget och avgränsningar

Mot bakgrund av den komplexitet som beskrivs karaktärisera det företagsfrämjande systemet och arbetet, har Tillväxtanalys efter samtal med Regeringskansliet³ modifierat uppdraget att i detta skede enbart omfatta metodutveckling och metodtest. Tillväxtanalys bedömer inte att det är möjligt för vare sig oss eller annan extern aktör att kartlägga andra organisationers företagsfrämjande arbete; att kategorisera det eller bedöma om det är direkt eller indirekt samt vilka primära eller sekundära mål som arbetet har.

En kategorisering av detta slag förutsätter en djupare kunskap om och förståelse för organisationens arbete och kontext, som Tillväxtanalys bedömer att respektive organisation själv bäst besitter. Om flera olika organisationer ska göra bedömningar uppstår dock en större risk för tolkningsskiljaktigheter. Arbetet förutsätter därmed en allmänt gångbar metod som är enhetlig och accepterad av de olika aktörerna. För att en sådan metod ska nå allmän acceptans behöver metoden i ett första skede testas på ett urval pilotaktörer.

1.3 Syfte

Syftet med uppdraget i sin nuvarande form är att: 1) utforma en kartläggningsmetod med vilken företagsfrämjande kan kategoriseras, 2) testa funktionaliteten i den och 3) diskutera hur en kartläggning baserat på den föreslagna metoden på bästa sätt kan resultera i en definition av företagsfrämjande.

Det *övergripande målet* är att bidra till kartläggningen av det företagsfrämjande arbetet inom U0 24 för att bidra till en bättre överblick samt en mer vedertagen definition och bild av vad arbetet innefattar. Metodutvecklingen ses som ett första avgörande steg i denna process.

Våra *centrala frågeställningar* delas upp i två kategorier: 1) frågor om företagsfrämjande och 2) frågor om vår metod.

1. Hur kan organisationernas företagsfrämjande arbete beskrivas eller kategoriseras? Vilket är det direkta respektive indirekta företagsfrämjande arbetet? Vilka är de primära respektive sekundära målen med det företagsfrämjande arbetet?
2. Finns det problem och begränsningar med den utvecklade metoden? Finns det andra (eventuellt bättre) sätt att fånga upp organisationernas företagsfrämjande arbete inom utgiftsområdet? Vilka resurser krävs för ett sådant arbete och är det kostnadseffektivt?

1.4 Disposition

Denna rapport redovisar arbetet med metodutvecklingen. I avsnitt 2 beskriver vi hur metoden tagits fram och hur vi under projektets gång stämt av arbetet med utvalda aktörer. I avsnitt 3 redogör vi för aktörernas uppfattning om metoden, i avsnitt 4 diskuterar vi aktörernas inspel och i avsnitt 5 avslutar vi med några framåtblickande kommentarer och slutsatser.

³ Avstämningar med Regeringskansliet 210520 samt 210616.

2. Tillvägagångssätt

För att uppfylla det syfte som presenterades i föregående kapitel bygger arbetet på att:

- Utforma ett förslag på metod för hur kartläggning av det företagsfrämjande arbetet kan ske. Tillvägagångssättet är att utforma en matris i Excel som aktörerna kan fylla i, som beskrivs i avsnitt 2.1.
- Test av matrisen på ett urval pilotaktörer med företagsfrämjande arbete som är helt eller delvis finansierat med medel från UO 24 och uppföljande samtal i intervjuform.
- Empirisk analys av respondenternas uppfattningar angående matrisen, inklusive identifierade möjligheter, hinder och begränsningar.

Hur dessa moment hanteras metodmässigt beskrivs i följande avsnitt.

Att kombinera en form av enkätundersökning (i detta fall matrisen i Excel) och intervjuer för att bilda definitioner eller verifiera hypoteser är ofta ett framgångsrikt arbetssätt, eftersom de två metoderna kompletterar varandra och kombinationen kan ge forskare och utredare bättre insikter i frågan (Stufflebeam and Shinkfield, 2007; Bhattacharjee, 2012).

2.1 Matrisutveckling

Tillväxtanalys har i uppdrag att utveckla en testmetod, vilken innefattar en matris som bygger på nedanstående tabell. Inledningsvis genomförde Tillväxtanalys en litteraturgenomgång för att få en överblick av tidigare indelningar och kategoriseringar av företagsfrämjande. Bland annat studerades (Tillväxtanalys, 2013), Tillväxtanalys (2014) och (OECD, 2019) Detta resulterade i att vi valde att utgå från en aggregering och modifiering av dessa för att bättre passa regeringens uppdragets syfte. Efter ett avstämningsmöte med Regeringskansliet förtydligade de vikten att även fånga upp företagsfrämjande som befinner sig i de yttre kanterna/ramarna. Denna information inhämtade vi främst genom intervjuer med de pilotaktörer som fått möjlighet att testa matrisen (se avsnitt 2.2).

Enligt regeringens uppdraget ska företagsfrämjande delas in i direkt respektive indirekt och primärt respektive sekundärt. *Primärt företagsfrämjande* definieras i uppdraget som insatser med det primära syftet att stärka den svenska konkurrenskraften och underlätta möjligheterna att starta och driva företag i Sverige. *Sekundärt företagsfrämjande* beskrivs ha andra primära målsättningar, men bidrar sekundärt till konkurrenskraft eller annat inom näringslivet. Exempel på andra målsättningar är miljö, arbetsmarknad och regionalpolitik, men som sekundärt syftar till att främja näringslivet.

Direkt företagsfrämjande beskrivs i uppdraget kunna innefatta utbetalning av bidrag eller motsvarande som företagscheckar, lån och skattesubventioner. *Indirekt företagsfrämjande* kan vara rådgivning, nätverksskapande och informationstjänster. Exempel på olika direkta och indirekta främjandeformer finns i följande tabell.

Tabell 1 Klassificering av företagsfrämjande

Kategori av företagsfrämjande	Genomförande	Exempel
Finansiering och garantier (direkt företagsfrämjande)	Finansiella utbetalningar eller garantier	Lån, bidrag, kreditgarantier, riskkapital, skattesubventioner
Information (indirekt företagsfrämjande)	Envägskommunikation Svar på enklare frågor	Seminarier, webbsida med information, information i andra kanaler, utbildning
Rådgivning (indirekt företagsfrämjande)	Tvåvägskommunikation	Affärsutvecklingsplaner, marknadsvalsanalyser, riskanalyser
Marknadsföring (indirekt företagsfrämjande)	Gemensamma aktiviteter	Delegationer, event, partnersökning

Källa: Något modifierad version av kategorisering (Tillväxtanalys, 2014)

Excel-filen som skickats ut innehåller två delar: 1) Försättsblad som beskriver syftet med undersökningen och hur matrisen fungerar, 2) blad med "Formulär att fylla i" som innehåller en matris som kategoriserar företagsfrämjande, där kategorierna baseras på Tabell 1 ovan. Kopia av försättsbladet och frågorna som besvarats av myndigheterna, stiftelsen och det statligt ägda bolaget finns presenterade i Tabell B1 och Figur B1 i bilagan.

Under utvecklingsfasen av matrisen när en första version färdigstälts, genomfördes en första testomgång med Tillväxtverket. Valet motiverades av myndighetens mångfacetterade verksamhet med många olika delar som torde vara komplexa att kategorisera. Som samtalspart (och för att fylla i matrisen) har vi på Tillväxtverket liksom hos övriga utvalda organisationer försökt identifiera en person i en central och relevant roll eller en funktion. Vi har även rekommenderat att *en* person får alternativt samordnar detta uppdrag för att, i så stor utsträckning som möjligt, undvika olika tolkningar av instruktionerna och matrisen.

Tillväxtverket påpekade under testomgången att insatser (som var den analysnivå vi startade med och som utpekades i uppdraget) är problematiska att kategorisera på detta sätt. De menade att det skulle innebära väldigt många delar och ett mycket omfattande arbete – om det ens vore möjligt.

Detta problem diskuterades i nästa steg med Regeringskansliet som påpekade att det intressanta egentligen är de "bredare penseldragen", det vill säga en mer aggregerad nivå. I nästa steg lyftes därför analysnivån i matrisen från insatsnivå till programnivå. Den senare definierades som en övergripande gruppering av insatser för att nå ett visst

uppsatt mål, vilket är i linje med Vinnovas Gemensamma Data Projekt (GDP)⁴. I de följande testomgångarna (med den uppdaterade matrisen) bad vi aktörerna att lista maximalt sju olika program, gärna av olika karaktär, för att testa funktionaliteten.

För att identifiera primärt och sekundärt företagsfrämjande frågade vi vilka mål som programmet har inom och utanför UO 24 och samtidigt vilket utgiftsområde som främjas primärt och sekundärt. När det gällde målen inom UO 24 kunde organisationerna välja flera alternativ i listan och för målen utanför UO 24 kunde organisationerna skriva fritextsvar. På så sätt kan organisationerna välja vilket utgiftsområde som främjas primärt respektive sekundärt inom de 27 olika utgiftsområdena.

För att kategorisera direkt och indirekt företagsfrämjande efterfrågades programmets huvudtyp. De kunde då välja mellan finansiering och garantier, information, rådgivning, marknadsföring och annat (annat innebär att de kan skriva fritt, så att vi har möjlighet att komplettera dessa i efterhand när matrisen utvecklas vidare). Vidare samlade vi även in mer detaljerad information om programmet (som finns i den tredje kolumnen i Tabell 1) och fick en bedömning av hur väl kategoriseringen av huvudtyp passade.

Vi försökte även samla in ytterligare information om programmets namn, hur många insatser programmet innehåller, startår, slutår och budgeterade medel. Matrisen avslutas med ett kommentarsfält, där respondenterna fritt kan fylla i reflektioner om såväl program som exempelvis problem med själva inrapporteringen.

2.2 Intervjuer

Vi bedömer det som viktigt att få ta del av pilotaktörernas tankar och information efter att de testat att fylla i matrisen, då enbart en ifylld matris skulle utelämnat mycket och lämna tolkningarna till oss. Vi har därför arbetat med semi-strukturerade intervjuer, som kan ge oss en djupare kunskap och förståelse för organisationen i fråga och även sätta in matrisen i en organisatorisk kontext.

Intervjuer med nyckelaktörer på utvalda organisationer utgör på så sätt vår huvudsakliga informationskälla i detta skede. Vår empiri bygger här på respondenternas egna uppfattningar.

2.2.1 Urval av respondenter

Test av den utformade matrisen och följande intervjuer har i denna pilotomgång begränsats till en handfull aktörer. Tillväxtanalys har utifrån budgetpropositionen och löpande samråd med Regeringskansliet identifierat vilka organisationer som är aktuella och i urvalet har vi valt att 1) fokusera på några av de aktörer som har mest medel från UO 24 och 2) välja organisationer med syftet att få en variation när det gäller formen av företagsfrämjande.⁵ Av tids- och tillgänglighetsskäl (i samband med semester hos

⁴ Definitionen lyder: "Övergripande gruppering av planerade insatser för att nå uppsatt mål." På motsvarande sätt definieras insats som "Samlingsnamn för finansiering av aktiviteter eller grupperingar av flera aktiviteter för att åstadkomma en viss eftersökt effekt."

⁵ De som ingår är Verket för innovationssystem (Vinnova), Tillväxtverket, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys), Sveriges geologiska undersökning (SGU), Patent- och registreringsverket (PRV), Patentombudsnamnden, Bolagsverket, Konkurrensverket, Revisorsinspektionen, Kommerskollegium, Styrelsen för ackreditering och teknisk kontroll (Swedac), Exportkreditnämnden (EKN),

berörda organisationer) begränsade vi testet av metoden och samtalen kring matrisen till Tillväxtverket, Norrlandsfonden, Vinnova, Kommerskollegium och Almi. Metoden har även diskuterats löpande med Regeringskansliet.

I dessa organisationer har vi, som beskrivs ovan, försökt identifiera nyckelpersoner med relevant kunskap för att kunna bedöma matrisens möjligheter och begränsningar. I fyra av de fem fallen har mer än en person från berörd organisation deltagit vid intervjun.⁶

Detta innebär att vi har kunnat få en djupare förståelse för dessa organisationers företagsfrämjande arbete, men begränsningen är att vi inte kan generalisera och säga att dessa är allmängiltiga för resterande organisationer med medel från UO 24.

2.2.2 Intervjuerna

Intervjuerna föregicks av utskicket av matrisen med medföljande instruktioner och en kort presentation av regeringsuppdraget. I samtliga fall följde sedan telefonkontakt för en avstämning innan respondenterna skulle fylla i matrisen. Sedan bokades intervjun, som genomfördes under juni och juli (2021). Innan intervjuerna inleddes utformades ett frågeformulär med ett antal öppna frågeställningar och diskussionspunkter som skulle täckas in under samtalen. På grund av restriktioner i samband med Coronaviruset genomfördes samtliga intervjuer genom videoupkoppling.

Studien initierades som nämnts tidigare med en första testomgång med två personer på Tillväxtverket. I testpiloten fastställdes upplevda problem, som sedan diskuterades med Regeringskansliet innan matrisen ändrades, enligt beskrivning ovan.

Samtliga intervjuer som genomförts har varit semi-strukturerade och tagit runt en timme. Två analytiker har deltagit vid alla intervjuer för att säkerställa en så korrekt förståelse som möjligt och minimera tolkningsproblematiken. Vi har fört anteckningar och även spelat in intervjuerna. Därefter har de transkriberats på elektronisk väg. Detta för att säkerställa förståelsen och för att minska risken med validitetsproblem.

Efter transkribering av samtliga intervjuer, kodades intervjuerna tematiskt i enlighet med de frågeställningar som tagits upp under intervjuerna och vi försökte även identifiera frekvent förekommande teman. Tolkningen av kodningen och slutsatserna diskuterades av de båda analytiker som deltog vid intervjuerna. Olika utsagor har jämförts med varandra för att identifiera olika mönster.

I samtliga fall har uppföljningsfrågor ställts via mejl. Vid ett tillfälle har även en uppföljningsintervju genomförts. Analysen och slutsatserna redovisas i detta PM och underbyggs med citat från respondenterna.

2.3 Reliabilitet och validitet

För att minska potentiella problem med reliabilitet och validitet har vi tagit följande i beaktande:⁷ (1) Vi är tydliga med syftet med regeringsuppdraget i kommunikationen

Sveriges export- och investeringsråd (Business Sweden) och Aktiebolaget Svensk Exportkredit (SEK), Almi företagspartner AB (Almi), VisitSweden AB, AB Göta kanalbolag, Research Institutes of Sweden AB (RISE), Saminvest AB med dotterbolagen, Inlandsinnovation AB, Fouriertransform, Stiftelsen Industrifonden och Stiftelsen Norrlandsfonden. Även vissa skatteutgifter finns redovisat, men Skatteverket är inte listat.

⁶ Namn och organisation återges i referenslistan.

⁷ Se Drost (2011) för diskussion om reliabilitet och validitet.

med kontaktade organisationer. Vidare ger vi instruktioner om hur matrisen fungerar. (2) Vi förstår att man kan ha olika tolkningar av matrisen. Vi har därför rekommenderat att en person i en central roll i organisationen fyller i matrisen.⁸ (3) Vi anser att det finns en risk att vår matris och dess kategoriseringsalternativ kan påverka respondenternas perception om företagsfrämjande och styra dem. Vi försöker därför hålla frågorna öppna genom att respondenten inte bara kan välja svaren från listan utan även kan skriva fritextsvar. Vidare betonar vi i mejlet att det är viktigt för respondenterna att tänka på vad företagsfrämjande innehåller före videointervjun. Samtidigt försöker vi att inte påverka respondenternas perception om företagsfrämjande i intervjun och håller diskussionerna och de centrala begreppen öppna.

Till slut är det viktigt att påpeka att våra resultat om företagsfrämjande bygger på de organisationer som vi samtalat med och som har medel från UO 24. Vi vet dock inte i vilken utsträckning deras uppfattningar delas av de myndigheter som inte deltar i testomgången, i synnerhet organisationer utanför UO 24.

3. Aktörernas uppfattning om kartläggningen

Uppdragets karaktär krävde, enligt vår bedömning, samtal och avstämningar med ett urval relevanta aktörer. I det här avsnittet har vi sammanställt respondenternas synpunkter och reflektioner som lyfts i våra intervjuer. Det handlar om uppfattade problem och möjligheter med uppdraget och matrisen liksom konkreta förslag på förändringar.

Vi har delat in synpunkterna i fem huvudkategorier. Den första berör huvudsakligen begrepp, definitioner och avgränsningar, den andra arbetsinsatsens omfattning och utfall, den tredje rapporteringsnivå och den sista program- och verksamhetsmål. Vi återger alltså här respondenternas åsikter och reflektioner, utan eget ställningstagande.

3.1 Begrepp, definitioner och avgränsningar

3.1.1 Genomgående svårigheter att definiera företagsfrämjande

Som beskrivits tidigare, är Regeringskansliets mål bland annat att kartläggningen av det företagsfrämjande arbete som bedrivs med medel från UO 24 ska resultera i, eller bidra till, en definition av det företagsfrämjande begreppet.

Samtidigt lyfter flera av respondenterna upp problemet med att kategorisera sitt arbete så förutsättningslöst och svårigheterna med att en definition saknas i utskicket och matrisen. Almi säger: *"Jag tycker ordet främjare är ganska svårt. Vad är egentligen en främjare? Är det någon som säkerställer ett tillflöde? Men sen när flödet är där så gör de ingenting med det. Alltså en 'promoter'? Eller är det någon som ser till att det som finns blir större? Eller både och?"*

⁸ Eftersom företagsfrämjande är komplext och definitionen kan vara subjektiv finns det en risk att även personer inom samma myndighet kan ha olika tolkningar.

Tillväxtverket konstaterar att: *"Alla kommer att ha sina olika definitioner av vad som är företagsfrämjande och då är det viktigt att vi får med allt sådant som kanske är företagsfrämjande. [---] Om man definierar så här eller så här, så får man olika summor eller olika mängder insatser och stöd."* och poängterar vikten av att tydliggöra i utskicket att vi även är ute efter alla så kallade "slamkrypare", det vill säga det som ligger i företagsfrämjandets "gråzon" eller utkant.

Kommerskollegium ser också problem med den bristande tydligheten och säger att om *"syftet är att kartlägga företagsfrämjande, men man har inte har angett en tydlig definition i uppdraget om vad som klassificeras som företagsfrämjande så bedömer vi att kartläggningen kommer att vara bristfällig."*

Det framkommer alltså att respondenterna ser en risk för en subjektiv och godtycklig tolkning av begreppet företagsfrämjande som kan få konsekvenser för vad man väljer att ta med i matrisen respektive utelämna; att organisationer eller till och med olika handläggare på samma arbetsplats kommer att göra olika tolkningar. Tillväxtverket förklarar: *"När vi sitter många olika människor och fyller i den här typen av material, det blir en subjektivitet i bedömningen... det blir en mer personlig bedömning."*

Tillväxtverket konstaterar att det kanske krävs någon form av samordningsfunktion eller workshop för att landa i en mindre subjektiv bedömning och rapportering och ett mer enhetligt synsätt.

Kommerskollegium lyfter vidare problematiken med avgränsningar: *"För oss är det lättare att identifiera det som inte är företagsfrämjande. [---] Om man inte ska ha en smal definition av företagsfrämjande som direkta företagskontakter. [---] Någonstans är det mesta vi gör företagsfrämjande."*

Norrlandsfonden lyfter i sammanhanget styrkan med matrisens enkelhet och säger: *"Annars blir det så mycket tolkningar när det är så pass många organisationer. Jag tyckte den [matrisen] var bra."*

Tolkningsproblematiken gäller även andra centrala begrepp som program och insats. Potentiella åtgärder för att komma närmare en lösning på detta presenteras i avsnitt 5.3.

3.2 Rapporteringsnivå

3.2.1 Detaljeringsgrad

I regeringsuppdraget låg kartläggningen på insatsnivå. Vi valde efter en första testomgång med Tillväxtverket att lyfta rapporteringsnivån från insatsnivå till programnivå. Om vi skulle gå en nivå ännu högre upp, menade Tillväxtverket att det skulle bli så aggregerat att det skulle bli mer eller mindre intetsägande. Även på programnivå (som är en nivå som är tillämplig i Tillväxtverkets verksamhet) väcker de frågan vad informationen egentligen säger: *"Jag vet inte vad det kommer att ge er riktigt."*

Detsamma gäller om man som organisation ska försöka "trycka in" sitt företagsfrämjande arbete i en matris för att det mer eller mindre passar in där, men den som ska tolka matrisen saknar kontext eller större förståelse för arbetets upplägg och innehåll. Vinnova menar i detta sammanhang att de förvisso *"kan fylla i som det ser ut idag"*. Men att vi då missar 80 procent av deras företagsfrämjande arbete: *"20 procent av*

det vi gör fungerar ganska bra att fylla i på det här sättet. Men alla andra saker som vi gör och alla de uppdrag vi har som också i vår värld är en helt central del för företagsfrämjandet kommer inte alls med...".

Även problemet med att analysnivån blir så bred att det går att placera in i princip allt lyfts av respondenterna, med risken att det då inte säger så mycket. Kommerskollegium säger: *"Det kommer inte att ge så mycket information om det inte speglar verkligheten"*. De ser också problem med att de inte kan bryta ner sin verksamhet på en allt för detaljerad nivå. De skulle behöva gruppera ihop arbetet enligt sin diariestruktur, efter kategorier som till exempel analys och utredning, handläggning och informationsuppdrag. Det gör det i princip omöjligt att säga hur stor andel företagsfrämjande verksamhet de har och de återkommer på nytt till frågan hur de ska avgränsa och definiera företagsfrämjande. De pekar även på problemet med risk för felaktiga uppskattningar - något som också Tillväxtverket tar upp.

3.2.2 Löpande verksamhet, program eller annat?

Flera av de intervjuade organisationerna känner sig mer eller mindre främmande för programbegreppet och menar att stora delar av deras verksamhet istället huvudsakligen är löpande. Det gäller Kommerskollegium, Almi och Norrlandsfonden, medan programnivån är mer tillämplig i Tillväxtverkets och Vinnovas verksamheter. Däremot beskriver Almi och Norrlandsfonden att de ändå anser att matrisen fungerar för att kartlägga deras verksamhet med modifiering av rubriken, medan Kommerskollegium hänvisar till andra orsaker (se avsnitt 3.5) som gör det svårt att redovisa deras företagsfrämjande arbete.

Även om programnivån är tillämplig i Vinnovas verksamhet så finns dock problem. Exempelvis poängteras att programmet i sig ofta inte är *"det viktiga, utan det kan vara ett antal olika insatser samordnat. [---] Vårt begrepp program är ibland sammanhållet så det matchar det här [matrisens utformning], men ofta är det inte sammanhållet på det här sättet utan vi har ett antal program som tillsammans jobbar med att främja till exempel digitalisering...då skulle jag vilja ha något annat i början. Vad det är för uppdrag vi har. Inte börja i program, program är någonstans mitt i."*

3.3 Kostar det mer än det smakar?

Det finns en utbredd oro bland respondenterna kring arbetsinsatsens tidsåtgång och omfattning. Kommerskollegium pekar på vikten av balansen mellan en rimlig arbetsmängd och att kunna "få ut något vettigt" ur informationen. Detta delar de med fler respondenter. Tillväxtverket säger:

Det kommer att vara en väldigt administrativ tung uppgift. Det här är inga uppgifter vi kan hämta från datalager eller liknande, utan det här är någonting alla kommer att få sitta och fylla i manuellt. Det är en person som kommer att göra det och den funktionen har vi helt enkelt inte, utan det kommer att vara olika enhetschefer som sitter och gör det och det borgar ju för metodfel och liknande... En tung börda på en i övrigt ganska ansträngd myndighet och dessutom med ett antal potentiella felkällor, ser jag."

Flera respondenter lyfter vikten av en automatiserad metod, men ger inga förslag på hur det skulle kunna utformas för att passa alla berörda organisationer. Det förslag som lyfts är att koppla rapporteringen till ekonomihanteringssystem eller liknande. Hos

Tillväxtverket ser man begränsningar med deras interna ärendehanteringssystem Nyps. De lyfter istället Vinnovas ärendehanteringssystem som föredömligt, som gör att de kan plocka ut information på ett helt annat sätt än hos Tillväxtverket. Dessa möjligheter är dock inget som Vinnova själva lyfter fram. Hos Kommerskollegium pratar man om att det skulle behöva anställas någon för att klara av att hantera en rapportering av detta slag.

Den organisation som är mest positiv är kanske Norrlandsfonden, som med sin ganska begränsade verksamhetsinriktning, ser att det skulle gå bra att fylla i matrisen. De säger:

”Personligen tycker jag att det känns ganska bra att göra på det här sättet. Jag tycker själv när jag slutade jobba på bank och började jobba i Almi, som är en statlig verksamhet, då var det extremt svårt att få en överblick över främjandeorganisationerna som finns i landet. [...] Och då kan man gå ett steg längre och tänka att det inte är lättare för företagarna att förstå alla möjligheter som finns. Så det hade varit jättebra om man hade hittat en som kunde fånga upp det på det här sättet. Jag tror att om man gör det för invecklat, då gör man det för detaljerat. Då kräver det för mycket plats och då kommer vi ändå inte att få en överblick.”

Däremot poängterar Norrlandsfonden att inget driftsanslag från den löpande statskassan går till deras verksamhet, eftersom de finansieras genom balansräkningen, det vill säga egen avkastning. Därför finns problem att fylla i budget och tidsperiod (se avsnitt 3.5).

Almi tycker också att matrisens kategorisering fungerar och inte behöver ändras: *”Jag tycker att det här är väldigt heltäckande om man ser till hur matrisen ser ut. Om det blir för komplext, då är det risk att man får ut någonting som är så komplext att man inte ser skogen för alla träd.”* Samtidigt säger de: *”Den fungerar ju, men ger ju inte så mycket kött på benen”* och poängterar samtidigt att man behöver förstå mer i detalj hur Almi arbetar.

Kommerskollegium är mer tveksamma och menar att: *”Det kommer att bli jättesvårt. Det blir väldigt svårt för oss med allt från licenser och sanktioner. Jag tror den fungerar dåligt för vår verksamhet.”* Kommerskollegium har inte ett ärendehanteringssystem som de kan basera kartläggningen på, utan allt bygger på tidsredovisning.

3.4 Program- och verksamhetsmål

För alla respondenter är de primära målen/syftena relativt enkla att identifiera, som till exempel Norrlandsfonden som pekar på regional utveckling av Norrland och regional tillväxt, Almi på hållbar tillväxt och Tillväxtverket som lyfter målet att skapa fler jobb och fler växande företag.

När det kommer till sekundära mål är skillnaderna större. Hos Tillväxtverket verkar det i princip inte finnas formellt nedtecknade sekundära mål: *”Jag skulle säga att det inte finns några. Sen är det mycket möjligt att det finns mål som det [programmet] pekar mot, men det är inget som vi har definierat och jobbar med helt enkelt. [...] Man kan ha högre syften, så att säga, men det är inte mål.”*

Vinnova å andra sidan uttrycker att det aldrig handlar om bara ett mål:

”Vi har aldrig ett enda syfte. Det finns en mängd olika syften. Tar du Vinnväxt som ett exempel, då har du en blandning av både regional utveckling, företagsfrämjande och forsknings- och innovationsutvecklande. [...] Det är inte så att ett syfte är viktigare än de andra, utan det är

helheten som är viktig och sen av det blir det en massa spin-offer och det är de som ofta försvinner iväg och inte räknas som resultat. När man frågar företagen, så är det våra viktigaste resultat."

Både Almi och Vinnova för resonemang kring effekter och resultat, där Almi lyfter att det är *"svårt att härleda en effekt, resultat mot det slutgiltiga målet. [...] Den slutgiltiga tillväxten, den är det ganska svårt att härleda till den ena eller andra insatsen."* Vinnova menar att det inte är ovanligt med ledtider på 10–25 år innan effekterna av deras arbete kan spåras på en mer samhällelig nivå.

3.5 Övriga synpunkter på matrisen

Som vi beskrev i metoden har vi inte blivit ombedda att inkludera budget, tidsperiod och hur många insatser varje program innehåller. Vi ansåg dock att det kunde vara av vikt att få en djupare förståelse för avsatta medel och tidsperiod med tanke på definitionen av program och bredden inom programmen. Här redovisas respondenternas synpunkter på dessa delar.

3.5.1 Tidsperiod

Med tanke på definitionen av program som tidigare angetts, ansåg vi det rimligt att ha kolumner för start- och slutår.

Som påpekades i avsnittet om program och löpande verksamhet blir det för organisationerna som har företagsfrämjandet som löpande verksamhet (Norrlandsfonden, Almi och Kommerskollegium) inte relevant att fylla i någon särskild tidsperiod.

För Vinnova och Tillväxtverket som har programverksamhet varierar möjligheten att fylla i tidsperioden. Vinnova beskriver: *"Det är klart att det kan finnas ett start- och slutår för vissa saker... då är det enkelt. Men många gånger, till exempel fordonsforskningsarbetet som vi har haft sen 1993... och sen fortsätter det"*. I mer långsiktiga satsningar är det inte lika lätt eftersom olika program går in i varandra över tid.

Tillväxtverket exemplifierar: *"startår var inte så svårt men slutår kan inte sättas, så där får jag lämna blankt"*. För ett annat program var startåret något osäkert: *"Programmet har haft olika namn genom åren och jag vet inte om det startade 2007, då blev det tydligt för oss.... Det är i alla fall en pågående verksamhet som vi har enligt instruktion."* Ibland är skillnaden mellan program och löpande verksamhet inte så stor.

3.5.2 Budget anses ofta svårt att fylla i

En majoritet av respondenterna uttrycker att det är svårt att bedöma budget.

Tillväxtverket fyller i uppskattningar av budgeterade medel, men lyfter att det är otydligt om det är medel från UO 24 eller total budget som är av intresse. Vidare menar de att det är oklart om man ska fylla i total budget eller årlig.

Kommerskollegium menar också att budget är svårt att fylla i, då de olika delarna är löpande och de måste förlita sig på enskilda medarbetares tidredovisning för att komma åt informationen, vilket kräver en stor arbetsinsats. När det gäller Almi, så är deras låneverksamhet självfinansierad, men de får däremot statliga medel för rådgivning. De har dock inte möjligheten att få fram en särskild budget för detta, då det är en del av

anslaget och den löpande verksamheten. För att få tillgång till information av detta slag måste man prata med Almis ekonomichef.

För Norrlandsfonden är situationen något annorlunda: *”Det är lite svårt... Vi har ju inga anslagsmedel. Men är det då tanken [att vi ska fylla i] vår egen budget, eller vad var tanken med det?”* De har inget årligt anslag men säger: *”vi har fått kapitaltillskott ...år 2018 [och] före det var det 1999”*, så på så sätt finns ett tillflöde av statliga medel.

Även Vinnova ser begränsningar och menar att budget är svårt att kvantifiera, delvis genom att tidsperioder sällan är avgränsade som citerades i föregående avsnitt. Vidare säger de att: *”Budgeten fylls på årligen och det är en del som är vår...men totala omslutningen innehåller andra myndigheter och privata aktörer som också går in...och står för kostnader och ibland lägger in kapital... om man ska fånga de sakerna får man göra på något annat sätt”*.

3.5.3 Antal insatser inom programmet

Det initiala syftet med kolumnen ”Antal insatser inom programmet” var att få en bild av hur många insatser de olika programmen innehåller, vilket skulle kunna vara ett mått på programmets bredd. Kolumnen har dock ifrågasatts av ett flertal aktörer utifrån olika aspekter.

Tillväxtverket säger exempelvis att *”[jag] vet inte hur jag ska kategorisera insatser [...] för mig är det inte enkelt, är det prestationer, aktiviteter, olika former av rådgivning? Är varje bootcamp en insats eller alla bootcamps sammantaget en insats?”*. Det här visar på delar av problematiken. Men även under vilken tidsperiod antalet insatser ska räknas är svårt att veta, vilket fångas i citatet: *”Ja, vad skulle jag svara på den... insatser precis just nu eller insatser under de här aktuella åren eller generellt?”* Och om alternativet ”flera” insatser fylls i är frågan vad det ger oss för information.

Även Norrlandsfonden påpekar att antal insatser inte är en relevant kategori för deras verksamhet. Kommerskollegium betonar samma sak: *”Jag skulle säga det är det svårt att säga hur många insatser. När vi skriver vår årsredovisning så brukar vi räkna själva hur mycket vi har gjort...”*

4. Diskussion utifrån aktörernas inspel

Efter samtal med aktörerna är några iakttaganden återkommande.

4.1 Primära och sekundära mål

Några av aktörerna har en tydlig uppdelning av sitt företagsfrämjande arbete i primära och sekundära mål. Almi är en av dem:

”Vi ska stärka konkurrenskraften, bidra till fler och växande företag. Definitivt. Och även bidra till de globala målen för hållbar utveckling. Det gör vi också. Sedan är det sekundärt med sysselsättningen. De andra som handlar om frihandel. Det är också tertiärt eller sekundärt. Det

beror på hur kunden kan och ska växa. Inom ramen för RES⁹ så jobbar vi mycket med internationalisering... men det är ett medel för kunderna att växa genom. Det är inte målet med Almis verksamhet."

Andra, som Tillväxtverket, menar att de inte har formellt nedformulerade sekundära mål, vilket kan förefalla lite överraskande med tanke på Tillväxtverkets breda verksamhet. För Vinnova beskrivs målen alltid som många och integrerade enligt tidigare citat.

Vinnova menar att de enskilda insatserna är av mindre intresse, utan det är helheten som är intressant. Likaså den kontext som Vinnova verkar i, som många gånger sträcker sig bortom Vinnovas verksamhet med exempelvis privata aktörer och universitet. Vinnova betonar vikten att se på det företagsfrämjande arbetet som en process, vilket ytterligare visar på vikten av att ha en god överblick av det företagsfrämjande systemet.

Norrlandsfonden avviker från övriga genom att ha regional utveckling (i Norrland) som primärt mål, men de är också den enda organisationen som saknar årligt anslag.

Det är inte heller så att alla nödvändigtvis delar samma mål. Almi kommenterar ett av utgiftsområdesmålen: *"Skapa fler jobb, den är ju intressant när man börjar prata om 'jobless growth' idag. Det är ju inte säkert att fler jobb, fler anställningar är rätt för ett företag. Då kanske man tjänar mindre pengar och kan växa mindre långsiktigt"*.

Här behövs därför en öppenhet och förståelse för att målen med företagsfrämjandet kan se olika ut i olika organisationer och att det som är företagsfrämjande för en organisation inte nödvändigtvis är det för en annan, även om ett växande och mer konkurrenskraftigt näringsliv utgör kärnan.

I relation till primära och sekundära mål noterar vi också att ingen av aktörerna lägger särskilt stor vikt vid huruvida pengar kommer från UO 24 eller annat. Flera är inte heller medvetna vilket utgiftsområde pengarna kommer från eller familjära med strukturen av utgiftsområden.

4.2 Direkt vs. indirekt företagsfrämjande

Vidare noterar vi en förhållandevis stor samstämmighet att det inte endast är de direkta kontakterna med företagen som anses vara företagsfrämjande arbete.

Kommerskollegium lyfter utredningar, rapporter och evidensbaserade policyrekommendationer som ska underlätta handel som en del av sin indirekt företagsfrämjande verksamhet liksom viss rådgivning till privatpersoner och föreläsningar för gymnasieklasser, medan rådgivning, problemlösning, seminarier och information beskrivs som direkt företagsfrämjande. För Norrlandsfonden är det mesta av verksamheten riktad direkt mot företagen i form av lån och krediter, men de beskriver även indirekt företagsfrämjande genom stöd och samarbete med organisationer som Nyföretagarcentrum och inkubatorer. Almi jobbar med nätverk inom kvinnors företagande och företagare med utländsk bakgrund samt står bakom priser och lyfter förebilder, vilket är en del av deras indirekta uppdrag. Vinnova lyfter att en mycket stor del av deras arbete är indirekt:

⁹ RES står för regional exportsamverkan.

”Mycket blir indirekt från oss... och det är svårt att dra gränsen för vad som egentligen är företagsfrämjande av våra åtgärder, för det allra mesta av våra bidrag går inte direkt till företag. Utan de går kanske till lärosäten och forskningsinstitut, men väldigt mycket av det som de gör för pengarna blir i sin tur till gagn för företagen. Så i slutändan tänker vi att de är företagsstödjande, fast pengarna inte går direkt till företagen.”

Figur 1 nedan visar exempel på olika grader av företagsfrämjande, där ljusare färg innebär lägre grad. Vi vill dock påpeka att figuren bygger på vår tolkning av hur en uppdelning avseende direkt och indirekt kan göras baserat på intervjuerna.

Figur 1 Exempel på tolkning av företagsfrämjandets karaktär

Finansiering	Information	Analys	Viss kontakt med
Rådgivning	Vägledning	Seminarier	gymnasieungdomar
Problemlösning	Utbildning	Remisser	och privatpersoner
Marknadsföring	Koordinering	Handelsfrämjande	
	Medel till intermediär	Motivation	
	Nätverkande		

Som vi ser i Figur 1 överensstämmer de två vänstra kolumnerna i huvudsak med Tabell 1, men under arbetets gång har definitionen av indirekt företagsfrämjande breddats. Vi anser, baserat på respondenternas uppfattningar, att även analyser för att bidra till policyutveckling eller att svara på remisser av olika slag avseende till exempel handel eller företagsklimat ingår i indirekt företagsfrämjande arbete. Almi exemplifierar att kontakten med forskare också är en viktig del av det företagsfrämjande arbetet eftersom det ger *”örat mot marken i teorin, men allt syftar till att [vi ska] kunna göra bättre saker mot kund”*.

Utöver kategorierna vi hade i Tabell 1, som baserades på definitionen i Tillväxtanalys (2014) och Regeringsuppdraget, har vi lagt till analyser, seminarier och remisser till indirekt företagsfrämjande. Kontakt med gymnasieungdomar och andra privatpersoner var det dock något delade meningar om. Det placeras därför utanför eller väldigt långt ut på skalan.

Finansiering ansågs i Tillväxtanalys (2014) och i detta regeringsuppdrag, vara det enda direkta företagsfrämjandet. Det har dock framkommit att majoriteten av respondenternas syn avviker från detta. Vår tolkning är att även delar av det som tidigare kategoriserats som indirekt uppfattas som direkt. Exempelvis kan sannolikt även rådgivning, problemlösning och marknadsföring placeras längst till vänster. Orsaken är att dessa verksamheter har att göra med konkreta åtgärder direkt mot företagen. När det gäller den andra kolumnen kan arbetet vara av mer generell karaktär och handla om information, vägledning och utbildning. Vidare är koordinering också något indirekt, då det kan handla om att koordinera universitet och företag med mera. På liknande sätt behöver inte pengarna gå direkt till företagen, utan kan vara främjande för dessa även om de tilldelas intermediärer eller mellanhänder.

Vi har försökt illustrera respondenternas svar i figuren, men gränsdragningen mellan direkt och indirekt företagsfrämjande är inte tydlig och homogen hos de olika respondenterna. Poängen är dock, som tidigare nämndes, att den inte överensstämmer med den beskrivning som ges i regeringsuppdraget. Det finns också skäl att misstänka att bilden blir ännu mer heterogen när fler organisationer, och utgiftsområden, läggs till.

4.3 Matrisens övriga delar

4.3.1 Analysnivå

Ett centralt problem som påpekades i samtalen är att många organisationers verksamheter inte är uppbyggda av program, utan i huvudsak består av löpande verksamhet. Ändras benämningen bedömer vi dock att problem kan uppstå för andra organisationer där program är mer relevant som analysnivå. Vi landar därför i en lösning där vi istället för en ren ändring, även lägger till löpande aktiviteter. Även i de fall där inga specifika program fanns, föreföll organisationer med löpande verksamhet kunna fylla i matrisen på ett bra sätt. För organisationer med löpande verksamhet bedömer vi att analysnivån är av mindre vikt. Orsaken är att det företagsfrämjande arbetet som görs på löpande basis kan läggas in i matrisen på den nivå som respondenterna bedömer relevant – avseende arbetsinsats och att det ska ge en så rättvisande bild som möjligt av vad som görs.

4.3.2 Tidsperiod

Ofta uppfattades startår som problematiskt – särskilt när det inte handlade om specifika program utan snarare om löpande verksamhet. I efterhand kan vi konstatera att detta problem sannolikt inte är så betydande, då syftet med kartläggningen i framtiden är att på årlig basis kunna få en god ögonblicksbild av företagsfrämjandet (och i en perfekt värld automatiskt uppdatera detta). Med andra ord bedömer vi att en stor del av problemen aktörerna hade avseende ifyllnad av start- och slutår handlade om att metodtestet, enligt regeringsuppdraget, skulle ske för företagsfrämjande arbete under tidsperioden 2018 och 2019, det vill säga flera år bakåt i tiden. Om nuvarande och pågående program istället hade efterfrågats hade det sannolikt varit lättare att hitta uppgifterna.

4.3.3 Budget

Budget ansågs svårt att specificera för de flesta aktörerna. Skälen var många, exempelvis handlade det om huruvida det endast var budgeterade medel från UO 24 som var aktuellt, om det gällde total budget för ett helt program eller årlig budget samt att programbudgeten bestod av flera ingående aktörer i till exempel samverkansprogram.

Det finns alltså ett flertal utmaningar, så att inte dubbelräkning sker eller tolkningsproblem ger upphov till felaktiga siffror. Men vi anser ändå att frågan om medel är relevant för att en kartläggning ska kunna bidra till en djupare förståelse av arbetet och ge en bild av storleken på olika program/funktioner.

Ett sätt att justera budgetfrågan är att istället studera det faktiska utfallet, det vill säga, förbrukade medel enligt årsredovisningen.

4.3.4 Antal insatser

Kolumnen "Antal insatser" adderades på grund av att det initiala uppdraget var att kartlägga företagsfrämjandet på insatsnivå. Dock har denna kategori delvis missuppfattats och delvis inte bedömts relevant utifrån samtalen. Därför avser vi stryka

den då vi inte finner att antalet insatser är av speciell vikt. Däremot skulle vi vilja fånga sammansättningen av programmet – men det måste göras på annat sätt.¹⁰

4.4 Alternativa tillvägagångssätt

En alternativ metod för att kategorisera det företagsfrämjande arbetet, är att utgå från målen. Detta har lyfts i samtalen, där till exempel Kommerskollegium påpekat att de sätter ett mål och utifrån det genomför insatser.

Vi har utgått från de näringspolitiska målen. Respondenterna kan bland dessa klicka i vilket av dem respektive program (eller löpande verksamhet) kopplar till. Dock är dessa så breda att vi inte kan identifiera de mer programspecifika målen. Därav kom tanken att det kunde vara ett alternativt sätt att bygga matrisen på.

Denna alternativa väg innehåller dock motsvarande problem som den vi använt, det vill säga, målen ska antingen skrivas som fritext vilket blir svårt att systematisera eller så är det samma mål som finns i vår metod vilket gör det brett. Vidare behövs även vid ett sådant tillvägagångssätt specificerade kategorier för vad som i praktiken utförs, vilket skapar samma problem som beskrivits tidigare. Dessutom blir det svårt att separera de olika delarna då ett program kan ha många mål, det vill säga, samma program kan finnas under flera mål, vilket leder till aggregeringsproblem.

4.5 Potentiella vägar framåt...

Givet den problematik som vi tidigare har belyst utifrån olika perspektiv, behöver Regeringskansliet först och främst ta ställning till huruvida nyttan med en kartläggning av det slag de efterfrågar överstiger kostnaden med den. Med andra ord bör balansen mellan organisationernas arbetsinsats ställas i relation till den nya information som utvinns från ett sådant kartläggningsarbete. Om man sedan går vidare finns ett antal saker att tänka på som beskrivs i följande text.

Samtalen med aktörerna och analysen visar på problem avseende bland annat definitioner. Mer arbete krävs för att hitta specifika lösningar som fungerar i praktiken. Tillväxtanalys bedömer anordnande av gemensamma workshops som en lämplig väg framåt för att samordna arbetet.

I ett sådant arbete finns sannolikt mycket att lära från GDP.¹¹ Utöver koordinering inkluderas i GDP ett gediget definitionsarbete, där myndigheterna kommer överens om vad som menas med diverse termer som också är aktuella i den här rapporten (och där frågor om definitionen förekommit i våra intervjuer), exempelvis *program* och *insats*.

Idén med workshops stöds också av bland annat Tillväxtverket. Dock är det kanske inte är så "enkelt" som att ta en kontaktperson från respektive organisation och börja diskutera få att nå en mer kollektiv samsyn. Även inom de (större) organisationerna kan det finnas olika uppfattningar och syn på området. Det innebär att det kan behövas en

¹⁰ En kategori i försök att, delvis, fånga detta är att respondenterna får sätta betyg på hur väl kategoriseringen fungerar för det enskilda programmet.

¹¹ GDP "syftar till att förbättra informationsutbyte mellan aktörer i finansieringssystemet för att uppnå en ökad grad av nationell koordinering och möjliggöra en ökad förmåga till datadriven analys i finansieringsprocesserna."

samordningsfunktion för arbetet i större organisationer och kanske en intern process initialt.

Förutom att skapa en större samsyn gällande matrisen och dess begrepp, kan ett viktigt mål med workshops vara att hitta system för hur en överblick av verksamheten kan åstadkommas. För detta bör organisationerna samlas, med eller utan Regeringskansliet, och diskutera hur minimum-standards för deras ärendehanteringssystem kan se ut.

Vidare vore det önskvärt med ett för ändamålet funktionellt ärendehanteringssystem som kan bistå med den information som efterfrågas. Men med tanke på att vissa organisationer inte har system där efterfrågad information kan hämtas, förefaller det vara en förhållandevis lång väg till att en automatiserad process av kategorisering blir möjlig.

Komplexiteten i ovanstående lösning förefaller hög. En övergångslösning kan potentiellt vara att Regeringskansliet i regleringsbrevet ålägger organisationerna att i sin årsredovisning redovisa direkt och indirekt företagsfrämjande verksamhet, i enlighet med 3 kap förordning 2000:605 om årsredovisning och budgetunderlag.

5. Slutsatser

Syftet med uppdraget i sin nuvarande form är att: 1) utforma en kartläggningsmetod där företagsfrämjande kan kategoriseras, 2) testa funktionaliteten i den och 3) fundera över hur kartläggningen på bästa sätt kan resultera i en definition av företagsfrämjande. I följande avsnitt presenteras våra slutsatser.

5.1 Främjandesystemets komplexitet

Att kartlägga något som flera tidigare utredningar (enligt referenser i inledning) beskriver som både mycket komplext och svåröverblickbart är en stor utmaning. Till följd av det blir också uppdraget mycket komplext. Det initiala målet för oss har från början varit att göra kartläggningen så enkel som möjligt för att informationen i framtiden ska kunna samlas in på ett automatiserat sätt. Vår slutsats är att det krävs en väl utvecklad metod för att öka möjligheten att lyckas med en sådan kartläggning som regeringsuppdraget efterfrågar.

Oavsett metod gör nuvarande interna strukturer hos de berörda organisationerna att det krävs individuell handpåläggning för att få fram den efterfrågade informationen, vilket både skapar en stor arbetsbelastning, risk för feltolkningar och individuella uppskattningar. Givet detta bör frågan ställas huruvida det är möjligt att kartlägga det svenska företagsfrämjande arbetet på ett metodmässigt kvalitetssäkrat sätt i dess nuvarande form. OECD (2019, s. 17) konstaterar att ett komplext system inte är önskvärt av flera skäl: *“Using too many policy instruments results in confusion for target groups, operational difficulties, and increased administrative costs for the government.”*

Efterfrågad information behöver till att börja med tillgängliggöras i systemen internt hos organisationerna, för att i ett senare skede automatiskt kunna samlas in. Det här är alltså inte en fråga som kan lösas under en kortare tid, utan det kräver en process där berörda aktörer ingår i flera steg för att skapa en samsyn kring definitioner, informationstillgång och rapporteringsnivåer. Dessutom innebär det att det inte är möjligt för en extern

myndighet att göra en bedömning om en insats är företagsfrämjande eller inte – utan det måste framgå direkt eller indirekt av hur kategoriseringen är uppbyggd.

Det är fullt möjligt att dela in företagsfrämjande i direkt och indirekt främjande, men precis som begreppet som helhet (företagsfrämjande) saknas vedertagna definitioner. Olika organisationer, eller individer, definierar det på olika sätt. Vidare är avgränsningen i uppdraget avseende UO24 (med en tänkbar fortsättning i fler utgiftsområden) sannolikt mer funktionellt för Regeringskansliet än för berörda organisationer. Skälet är att flera respondenter antingen inte tänker i dessa termer eller inte känner till var pengarna specifikt kommer ifrån.

Trots alla utmaningar har vi utvecklat en metod som testats på ett urval av organisationerna. Metodutvecklingen bestod av att ta fram en matris och samtala kring den. Det ser vi som ett första steg i ett försök att komma närmare målet.

5.2 Justerad matris behöver vidareutveckling

Vi anser att den justerade matrisen, i den form den levereras, inte är någon slutgiltig produkt för utskick för kartläggning, utan mer arbete behövs. Det har främst två orsaker: 1) Vi har sett problem som fortfarande inte är lösta och som kräver ett långsiktigt arbete tillsammans med berörda organisationer och 2) det är för vissa en stor administrativ uppgift att fylla i den, vilket gör att mer arbete bör läggas på att säkerställa att den optimalt fångar det man vill uppnå samt att processen dit är så smidig som möjligt för alla berörda. Konkret behövs främst utveckling ske avseende:

- Definitioner och begrepp:
Dessa kunde delvis konkretiseras med hjälp av våra samtal. Dock är tanken att i framtiden automatisera kartläggningen och då finns inte utrymme för att diskutera varje del för att nå ökad samsyn.
- Ärendehanteringssystem:
I flera fall påpekas att organisationernas system inte är gjorda för att få ut efterfrågad information.

Baserat på beskriven komplexitet i det företagsfrämjande systemet är det i detta skede inte möjligt att leverera en allmänt accepterad definition av företagsfrämjande. Däremot bedömer vi att matrisens lämplighet och alternativa metoder för insamling av efterfrågad information kan diskuteras vidare genom koordinerade workshops med berörda organisationer. Detta är sannolikt tidskrävande. Potentiellt kan en övergångslösning vara redovisning av direkt och indirekt företagsfrämjande verksamhet via årsredovisningen, i enlighet med 3 kap förordning 2000:605 om årsredovisning och budgetunderlag.

5.3 Workshops som ett nästa steg

Några områden att arbeta vidare med har identifierats under arbetets gång, där vi har konstaterat att det är en svår uppgift att få en god överblick av det företagsfrämjande arbetet. Förslag till vad som behöver göras i nästa steg för att ta detta till nästa nivå är att:

- 1) Anordna en workshop mellan berörda organisationer för att hitta en gemensam metod som fungerar i praktiken. Det är sannolikt inte så enkelt som att *bara* anordna en workshop:

- a. I vissa fall behövs fler personer per organisation alternativt att respektive organisation har motsvarande interna process innan för att nå ökad samsyn.
 - b. Här kan man bland annat försöka komma fram till en gemensam begreppsdefinition med utgångspunkt GDP enligt bifogad ordlista.
- 2) Dessa workshops kan med fördel ledas av exempelvis en processexpert.
 - 3) Det är också möjligt att genomföra en omvärldsanalys för att studera hur andra länder med liknande utmaningar har hanterat detta.

Sammantaget konstaterar vi att mer arbete krävs för att för det första nå en större samsyn och för det andra, komma vidare mot det viktiga men komplexa målet att få en översiktlig bild av det svenska företagsfrämjande arbetet.

Referenser

- Bhattacharjee, A. (2012) *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. 3rd Edition. Textbooks Collection Available at: http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3.
- Drost, E.A. (2011) 'Validity and Reliability in Social Science Research'. *Education Research and Perspectives*, 38(1), pp. 105–123.
- OECD (2016) *OECD Reviews of Innovation Policy: Sweden 2016*. OECD DOI: 10.1787/9789264250000-en.
- OECD. (2019) (66) *Science-Industry Knowledge Exchange: A Mapping of Policy Instruments and Their Interactions*. DOI: 10.1787/66a3bd38-en.
- Riksrevisionen. (2007) (11) *Statens Företagsfrämjande Insatser - När de Kvinnor Och Personer Med Utländsk Bakgrund?* Stockholm.
- Stufflebeam, D. and Shinkfield, A. (2007) 'The Nature of Program Evaluation Theory'. *Evaluation. Theory, Models and Applications*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, pp. 57–79.
- Tillväxtanalys. (2014) (07) *Effekter Av Statens Främjandeinsatser För Internationalisering - Utveckling Av Mätmetoder Och Indikatorer*. Östersund.
- Tillväxtanalys. (2013) (12) *En Lärande Innovationspolitik - Ett Ramverk För Innovationspolitiska Utvärderingar Och Analyser*. Östersund.
- Tillväxtanalys. (2015) *Tillväxt Genom Stöd*. Östersund Available at: <https://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/tillvaxtfakta/tillvaxtfakta/2015-06-02-tillvaxt-genom-stod---en-bok-om-statligt-stod-till-naringslivet.html>.
- Tillväxtanalys. (2011) (01) *Utvecklingskraft i Kommuner Och Regioner - Tillväxtarbete i Flernivåstyrningens Tidevarv*. Östersund: Tillväxtanalys.
- Tillväxtverket. (2015a) *Kartläggning Av Det Företagsfrämjande Systemet*. Stockholm.
- Tillväxtverket. (2015b) *Öppna Upp! Nationell Strategi För Ett Företagsfrämjande På Likvärdiga Villkor 2015-2020*. Stockholm.

Bilaga 1

Ursprungligt uppdrag

Syftet, målen och frågeställningarna i den här rapporten tar ursprung i det regeringsuppdrag Tillväxtanalys fick i slutet av mars 2021 enligt regeringsbeslut N2021/00918, N2021/00293. Uppdraget lyder:

Uppdrag att kartlägga företagsfrämjande insatser

Tillväxtanalys ska kartlägga vilka insatser inom utgiftsområde 24 Näringsliv för åren 2018 och 2019 som är företagsfrämjande.

Insatserna ska delas in i primärt och sekundärt företagsfrämjande. Primärt företagsfrämjande definieras som insatser med det primära syftet att stärka den svenska konkurrenskraften och underlätta möjligheterna att starta och driva företag i Sverige. Insatserna kan klassificeras på följande sätt:

- Direkta stöd till företag, exempelvis utbetalning av bidrag eller motsvarande som företagscheckar, lån och skattesubventioner.*
- Indirekta stöd till företag, exempelvis rådgivning, nätverksskapande och informationstjänster.*

Sekundärt företagsfrämjande, som också berör andra utgiftsområden än utgiftsområde 24 Näringsliv, definieras som insatser som kan bidra till att målet för näringspolitiken uppnås men som har andra målsättningar, till exempel arbetsmarknadspolitikens eller den regionala utvecklingspolitikens mål. Även i denna del ska uppdelningen på direkta och indirekta stöd till företag användas.

Ambitionen är att kartläggningen på sikt ska omfatta företagsfrämjande inom ett flertal utgiftsområden. För att pröva metodens funktionalitet görs i uppdraget en avgränsning till att kartlägga de primära och sekundära insatserna inom utgiftsområde 24 Näringsliv.

I de fall ovanstående indelning inte är tillämplig ska Tillväxtanalys göra nödvändiga justeringar.

Bilaga 2

Figur B1 Försättsblad initialt utskick till myndigheterna och organisationerna

Test av metod för kartläggning av företagsfrämjande

Tillväxtanalys har fått ett regeringsuppdrag av Näringsdepartementet att utveckla och testa en metod för att skapa en överblick av allt företagsfrämjande där slutmålet är att skapa en större tydlighet kring vad det, helt eller delvis, offentligt finansierade företagsfrämjandet innehåller. Vi behöver hjälp från er med att fylla i uppgifter om ett litet urval av företagsfrämjandet samtidigt fundera kring hur väl metoden fungerar samt om det finns andra bättre metoder.

Vårt förslag på metod bygger på att ni har den bästa förståelsen för vilket företagsfrämjande arbete som görs hos er. Tillväxtanalys bidrag är att hitta ett gemensamt format för att rapportera in och strukturera informationen. Företagsfrämjande arbete kan här inkludera allting som på något sätt främjar företag.

På nästa flik finns "formulär att fylla i" där varje rad i arket representerar ett program (eller åtgärd) i er verksamhet. Vi är medvetna att olika organisationer har olika namn för detta men definitionen som vi har för program är *övergripande gruppering av insatser för att nå ett uppsatt mål*. Vi vill endast att ni fyller i ett fåtal (som mest 7 program), om möjligt av olika karaktär, för att testa matrisens funktionalitet.

Vi rekommenderar att en person i en central roll eller en funktion hos er får i uppdrag att fylla i arket. Detta eftersom vi tror att det kan bli för många olika tolkningar av instruktionerna om många olika handläggare fyller i, samt att vi inte vill ta för mycket tid och resurser i anspråk.

Vid vårt samtal med er pratar vi om matrisen så att ni får möjlighet att reflektera över metodens möjligheter och begränsningar när det gäller att fånga upp ert företagsfrämjande arbete. Vi tror inte att det finns en kategorisering som passar alla myndigheter och organisationer, men vi vill försöka hitta något som i möjligast mån fungerar för alla.

Vi önskar att ni har fyllt i matrisen innan vårt samtal så vi kan ha en dialog om den då.

Vänliga hälsningar

Sara Nordin och Pontus Mattsson

Tabell B1 Kolumner att fylla i för organisationerna

Nummer	Kort instruktion vad kolumnen innebär
Namn på er organisation	Fyll ifrån lista
Namn på program	Vad heter programmet/åtgärden? (fyll i namn)
Programmets huvudtyp	Vad som har gjorts? (lista: grov indelning)
Underkategorier (flera kan väljas)	Vad har gjorts? (lista där fler kan väljas), Vad har gjorts? (lista där fler än ett alternativ kan väljas)
Hur många insatser innehåller programmet?	Om programmet som helhet innehåller många delar, uppskatta hur många (fyll annars i 1).
Hur väl passar kategoriseringen av huvudtyp?	Gör en bedömning om kategoriseringen stämmer bra med vad som utförts (fyll i från lista)
Startår	När började programmet? (fyll i från lista)
Slutår	När avslutades det? (fyll i från lista)
Mål inom utgiftsområde 24 (flera kan väljas)	Fyll i från alternativ i exceldokument (flera kan väljas)
Mål utanför utgiftsområde 24 (fritext, skriv finns inte om det inte finns andra mål)	Skriv vilka mål som finns utanför (fritext)
Vilket utgiftsområde främjas primärt?	Fyll i från lista i exceldokument
Vilket utgiftsområde främjas sekundärt?	Fyll i från lista i exceldokument
Budgeterade medel	Budgeterade medel inom utgiftsområde 24 per år för programmet (SEK) (inklusive administrativa kostnader) (uppskatta)
Kommentar (t.ex. vilka problem som fanns att fylla i detta program)	Specifik kommentar angående detta program

Bilaga 3

Tabell B2 Lista över respondenter

Namn	Organisation
Sara Brandt	Almi
Karl Blom	Finansdepartementet
Nesli Almufti	Kommerskollegium
Richard Jangklev	Kommerskollegium
Niklas Jonsson	Norrlandsfonden
Linda Hollberg	Norrlandsfonden
Karl Westberg	Näringsdepartementet
Andreas Halvarsson	Näringsdepartementet
Johanna Pauldin	Tillväxtverket
Maria Eriksson	Tillväxtverket
Peter Eriksson	Vinnova
Joakim Tiséus	Vinnova
Rebecka Engström	Vinnova

Tillväxtanalys har regeringens uppdrag att analysera och utvärdera statens insatser för att stärka Sveriges tillväxt och näringslivsutveckling. Genom vår kunskap bidrar vi till att effektivisera, ompröva och utveckla politiken

I vårt arbete fokuserar vi på avgörande frågor för tillväxten i en öppen och kunskapsbaserad ekonomi som Sverige. Våra analyser och utvärderingar baserar sig på vetenskap och beprövad erfarenhet.

Sakkunniga medarbetare, unika databaser och utvecklade samarbeten på nationell och internationell nivå är viktiga tillgångar i vårt arbete. För att göra våra kunskapsunderlag relevanta och använda för vi en kontinuerlig dialog med dem som berörs.

Tillväxtanalys finns i Östersund (huvudkontor) och Stockholm.

Den kunskap vi tar fram tillgängliggör vi på www.tillvaxtanalys.se. Anmäl dig gärna till vårt nyhetsbrev för att hålla dig uppdaterad om våra pågående och planerade analys- och utvärderingsprojekt. Du kan även följa oss på LinkedIn.



Tillväxtanalys
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010-447 44 00
E-post: info@tillvaxtanalys.se
Webb: www.tillvaxtanalys.se